

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan isu atau permasalahan yang dibahas dalam kegiatan penelitian penulis. Setiap penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih, dengan hubungan antar variabel yang paling sederhana adalah variabel bebas (*independent independent*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Dari judul yang diangkat oleh penulis, diambil variabel bebas (*independent variable*) yaitu X_1 adalah informasi daya tarik wisata kuliner dan X_2 adalah *social media marketing* Instagram dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Y adalah keputusan pembelian. Subjek penelitian atau responden yang diambil adalah para pengikut salah satu akun Instagram @duniakuliner yang termasuk generasi Y dan Z yaitu bila digabungkan rentang kelahiran pada tahun 1981 sampai 2010.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan tuntunan tentang bagaimana penelitian dilakukan secara berurut, apa alat dan bahan yang digunakan, dan bagaimana prosedurnya (Widi, 2018:69). Jenis penelitian yang dipakai penelitian kuantitatif, yang merupakan metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:14). Data yang akan didapatkan berupa angka-angka yang nantinya akan diolah menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Package for Social Scientists).

Sementara itu, metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian deskriptif verifikatif. Hasil dari penelitian deskriptif diperoleh dari pengaruh hubungan informasi daya tarik wisata kuliner dan promosi media sosial terhadap keputusan pembelian pada generasi Y dan Z. Penelitian verifikatif untuk memperoleh kebenaran dari hipotesis yang telah disusun sebelumnya dan

dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan berupa kuesioner.

3.3. Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

| Variabel | Analisis Teoretis | Indikator | Konsep Analisis | Skala | No Item |
|---------------------|---|----------------|--|--------|---------|
| Daya Tarik Wisata | Daya tarik wisata adalah segala sesuatu disuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan (Rai, 2016) | Lokasi | 1. Lokasi tempat kuliner | Likert | 1 |
| | | Kebersihan | 1. Kebersihan tempat kuliner | Likert | 2 |
| | | Harga | 1. Harga makanan di tempat kuliner | Likert | 3 |
| | | | 2. Harga minuman di tempat kuliner | | 4 |
| | | Aksesibilitas | 1. Kemudahan akses menuju tempat kuliner | Likert | 5 |
| | | Kondisi Jalan | 1. Kondisi jalan menuju tempat kuliner | Likert | 6 |
| | | Jarak | 1. Jarak tempuh ke tempat kuliner | Likert | 7 |
| | | Pemandangan | 1. Keindahan pemandangan di tempat kuliner | Likert | 8 |
| | | Interior | 1. Desain interior tempat kuliner yang menarik | Likert | 9 |
| | | Cita Rasa | 1. Cita rasa makanan yang disajikan | Likert | 10 |
| | | | 2. Citarasa minuman yang disajikan | | 11 |
| | | Riview | 1. Meliat review dari tempat kuliner | Likert | 12 |
| <i>Social Media</i> | <i>social media</i> | <i>Context</i> | 1. Resolusi gambar yang | Likert | 13 |

| | | | | | |
|----------------------------|---|------------------------|---|--------|----|
| <i>Promotion</i> | <i>marketing</i> merupakan suatu bentuk pemasaran langsung maupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang, atau entitas lainnya dan dilakukan dengan menggunakan alat dari <i>web</i> sosial seperti <i>blogging</i> , <i>microblogging</i> , <i>social networking</i> , <i>social bookmarking</i> , dan <i>content sharing</i> . Gunelius dalam (Lubiana & Fauzi, 2018) | | bagus | | |
| | | | 2. Unggahan gambar yang menarik | | 14 |
| | | | 3. Bahasa mudah dipahami | | 15 |
| | | <i>Communication</i> | 1. <i>Update</i> informasi kuliner pada <i>Instastories</i> | Likert | 16 |
| | | | 2. Memanfaatkan kolom komentar | | 17 |
| | | | 3. Memanfaatkan <i>direct message</i> | | 18 |
| | | <i>Collaboration</i> | 1. Menanggapi postingan dengan <i>like</i> | Likert | 19 |
| | | | 2. Menanggapi postingan dengan share | | 20 |
| | | | 3. Menanggapi postingan dengan <i>comment</i> | | 21 |
| | | <i>Connection</i> | 1. Melakukan give away untuk para pengikutnya | Likert | 22 |
| Proses Keputusan Pembelian | Keputusan atau niat membeli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli | Identifikasi Kebutuhan | 1. Membeli produk sesuai kebutuhan | Likert | 25 |
| | | Pencarian Informasi | 1. Mencari informasi sebelum membeli | Likert | 26 |

| | | | | |
|--|---------------------|--|--------|----|
| produk atau jasa tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. (Setiadi & Garawiyani, 2003:15) | Evaluasi Alternatif | 1. Melakukan evaluasi alternatif sebelum melakukan pembelian | Likert | 27 |
| | Pembelian/Konsumsi | 1. Memutuskan pembelian produk | Likert | 28 |
| | Evaluasi Purnabeli | 1. Kepuasan pasca pembelian | Likert | 29 |

Sumber : Data diolah peneliti, 2020.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:126).

Populasi dari penelitian ini adalah pengikut (*followers*) dari akun Instagram @duniakulinerbdg sebanyak 349.000 akun pada bulan Oktober 2019.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dituju (Sugiyono, 2019:127). Data yang didapat dari sampel kesimpulannya akan diberlakukan pada populasi, maka sampel itu harus representati (mewakili).

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan pada penelitian (Sugiyono, 2015:119). Teknik sampling pada dasarnya dibagi menjadi dua yaitu, *Probability Sampling* yang merupakan penarikan sample didasarkan atas pemikiran bahwa seluruh populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, dan *Non-Probability Sampling* merupakan penarikan sampel tidak penuh dilakukan dengan menggunakan peluang probabilitas yang berarti tidak semua

populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian (Bungin, 2017).

Pada penelitian ini teknik sampling yang akan digunakan peneliti adalah *sampling kuota* yang merupakan salah satu teknik sampling *non-probability sampling*. *Sampling kuota* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu sampai jumlah/kuota yang diinginkan (Sugiyono, 2015:124).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari pengikut (*followers*) akun instagram @duniakulinerbdg. Untuk menentukan jumlah sampling yang akan diteliti, penulis menggunakan rumus Slovin.

Rumus Slovin tersebut adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : ukuran sampel minimal

N: ukuran populasi

e : toleransi ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel

(e = 10% / 0,1)

maka demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{349.000}{1 + 349.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{349.000}{3.491}$$

$$n = 99.97$$

$$n \approx 100$$

Sesuai dengan hasil perhitungan diatas maka sampel secara keseluruhan adalah sebanyak 99,97 orang, namun untuk memudahkan perhitungan maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

3.5. Jenis dan Sumber Penelitian

Sumber data penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan sekunder:

a) Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2017). Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang telah ditentukan dan dianggap mewakili seluruh populasi, yaitu *followers* akun Instagram @duniakulinerbdg yang termasuk generasi Y dan Z.

b) Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang diperlukan (Bungin, 2017). Data ini berbentuk dokumen seperti data lembaga pemerintah, riset terdahulu, sumber internet, referensi buku, dan data dari perusahaan yang mengkhususkan diri untuk menyediakan data-data sekunder.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian (Bungin, 2017). Pada penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode, yaitu metode kuesioner, wawancara, observasi, documenter dan studi literature.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan serangkaian atau daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis kepada *followers* akun Instagram @duniakulinerbdg. Kuesioner tersebut berisi variable yang akan diteliti tentang daya tarik wisata kuliner, promosi media sosial dan keputusan pembelian.

2. Studi Literatur

Teknik ini dilakukan dengan mencari data dari sumber buku, jurnal, internet maupun hasil penelitian sejenis yang berhubungan dengan teori

yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.7. Uji Validitas dan Reabilitas

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang berguna untuk mengetahui ketepatan atau kevalidan dari suatu instrument. Valid berarti suatu instrument dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015:173). Rumus yang digunakan untuk menghitung valid atau tidaknya suatu instrument bisa dengan rumus korelasi *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \cdot \{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi antara X dengan Y

n : banyaknya responden

X : Skor variabel X

Y : Skor variabel Y

ΣX : Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY : Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX^2 : Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

ΣY^2 : Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

Untuk menentukan item pertanyaan atau pernyataan suatu instrument dinyatakan valid atau tidak dilihat dari kriteria berikut ini :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan tidak valid

Berdasarkan jumlah kuesioner yang telah diuji sebanyak 35 responden dengan tingkat signifikan r tabel 5% dan derajat bebas $df = n - 2 \rightarrow (35-2=33)$ maka diperoleh r tabel sebesar 0,344.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Daya Tarik Wisata Kuliner (X₁)

| No. | Pernyataan | r hitung | r tabel | Hasil Uji |
|-----|-----------------------|----------|---------|-----------|
| 1 | Lokasi tempat kuliner | 0,617 | 0,344 | VALID |

| | | | | |
|----|---|-------|-------|-------|
| 2 | Kebersihan tempat kuliner | 0,576 | 0,344 | VALID |
| 3 | Harga makanan di tempat kuliner | 0,508 | 0,344 | VALID |
| 4 | Harga minuman di tempat kuliner | 0,543 | 0,344 | VALID |
| 5 | Kemudahan akses menuju tempat kuliner | 0,684 | 0,344 | VALID |
| 6 | Kondisi jalan menuju tempat kuliner | 0,550 | 0,344 | VALID |
| 7 | Jarak tempuh ke tempat kuliner | 0,575 | 0,344 | VALID |
| 8 | Keindahan pemandangan di tempat kuliner | 0,663 | 0,344 | VALID |
| 9 | Desain interior tempat kuliner yang menarik | 0,348 | 0,344 | VALID |
| 10 | Cita rasa makanan yang disajikan | 0,533 | 0,344 | VALID |
| 11 | Citarasa minuman yang disajikan | 0,579 | 0,344 | VALID |
| 12 | Melihat review dari tempat kuliner | 0,472 | 0,344 | VALID |

Sumber : data diolah penulis, 2020

Berdasarkan tabel 3.2 mengenai variabel informasi daya tarik wisata kuliner semua pernyataan tersebut dinyatakan valid. Dapat dilihat bahwa r hitung terbesar dari variabel ini terdapat pada pernyataan nomor 5 mengenai kemudahan akses menuju tempat kuliner dengan nilai 0,684, sedangkan r hitung terkecil terdapat pada pernyataan nomor 9 mengenai kemenarikan desain interior dari suatu tempat kuliner dengan nilai 0,348.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Promosi Media Sosial (X₂)

| No. | Pernyataan | r hitung | r tabel | Hasil Uji |
|----------------------|--|----------|---------|-----------|
| <i>Context</i> | | | | |
| 1 | Resolusi gambar/video yang bagus | 0,659 | 0,344 | VALID |
| 2 | Unggahan gambar/video yang menarik | 0,686 | 0,344 | VALID |
| 3 | Bahasa yang mudah dipahami | 0,535 | 0,344 | VALID |
| <i>Communication</i> | | | | |
| 4 | Update informasi pada <i>instastories</i> | 0,634 | 0,344 | VALID |
| 5 | Memanfaatkan kolom komentar | 0,750 | 0,344 | VALID |
| 6 | Memanfaatkan <i>direct message</i> | 0,631 | 0,344 | VALID |
| <i>Collaboration</i> | | | | |
| 7 | Menanggapi postingan dengan <i>like</i> | 0,753 | 0,344 | VALID |
| 8 | Menanggapi postingan dengan <i>share</i> | 0,788 | 0,344 | VALID |
| 9 | Menanggapi postingan dengan <i>comment</i> | 0,634 | 0,344 | VALID |
| <i>Connection</i> | | | | |
| 10 | Melakukan <i>give away</i> pada pengikutnya | 0,731 | 0,344 | VALID |
| 11 | Melakukan sesi tanya jawab di fitur <i>Instagram stories</i> | 0,571 | 0,344 | VALID |
| 12 | Admin menanggapi pertanyaan | 0,591 | 0,344 | VALID |

Sumber : Data diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 3.3 semua item pernyataan pada variabel promosi media sosial dinyatakan valid. Nilai r hitung terbesar dari variabel ini terdapat pada poin nomer 8 mengenai menanggapi postingan dengan *share*. Sedangkan r hitung yang terkecil terdapat pada poin nomer 3 mengenai bahasa.

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

| No. | Pernyataan | r hitung | r tabel | Hasil Uji |
|-----|--|----------|---------|-----------|
| 1 | Membeli produk sesuai kebutuhan | 0,758 | 0,344 | VALID |
| 2 | Mencari informasi sebelum membeli | 0,781 | 0,344 | VALID |
| 3 | Melakukan evaluasi sebelum melakukan pembelian | 0,890 | 0,344 | VALID |
| 4 | Memutuskan pembelian produk | 0,886 | 0,344 | VALID |
| 5 | Kepuasan pasca pembelian | 0,579 | 0,344 | VALID |

Sumber : Data diolah penulis, 2020

Pada tabel 3.4 mengenai variabel Y/terikat dari keputusan pembelian semua dinyatakan valid. R hitung paling besar dari pernyataan variabel ini adalah mengenai melakukan evaluasi sebelum melakukan pembelian pada poin 3 dengan nilai 0,890

3.7.2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran (Morissan, 2017:99). Instrument yang reliabel merupakan instrument yang bila digunakan berulang untuk mengukur suatu objek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2015:173). Pengujian reabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's alpha* :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

- r = Koefisien reabiliti instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$ = Total varians butir
- $\sigma^2 t$ = Total varians

Untuk mengetahui reabilitas dari instrument bila nilai Alpha dibandingkan dengan nilai/ konstanta, yaitu 0,6. Kesimpulan diambil

dengan mengacu pada ketentuan berikut:

- ✓ Jika nilai Alpha > nilai konstanta, maka instrument dinyatakan reliabel
- ✓ Jika nilai Alpha < nilai konstanta, maka instrument dinyatakan tiak reliabel

Tabel 3. 5
Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

| No. | Variabel | Cronbach's Alpha | Nilai Minimal Cronbach's Alpha | Hasil Uji |
|-----|---------------------------|------------------|--------------------------------|-----------|
| 1 | Daya Tarik Wisata Kuliner | 0,790 | 0,60 | Reliabel |
| 2 | Promosi Media Sosial | 0,879 | 0,60 | Reliabel |
| 3 | Keputusan Pembelian | 0,839 | 0,60 | Reliabel |

Sumber : Data diolah peneliti, 2020

Pada tabel 3.5 menunjukkan hasil pengujian dimana seluruh pernyataan yang valid dalam kuesioner informasi daya tarik wisata kuliner (X_1), promosi media sosial (X_2) dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel. Semua variabel dinyatakan reliabel/terpercaya karena memperoleh nilai Cronbach's Alpha diatas 0,6.

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk melihat gambaran umum dari data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan secara umum (Sugiyono, 2015:207)

Rumus untuk mencari skor ideal menurut Sugiyono (2010:95), sebagai berikut :

- Nilai indesk maksimum: Skor interval tertinggi x jumlah butir item setiap dimensi x jumlah responden
- Nilai indeks minimum : Skor interval terendah x jumlah butir item setiap dimensi x jumlah responden
- Panjang interval kelas : (nilai maksimum – nilai minimum) / banyaknya interval

- Presentase skor : $(\text{total skor} / \text{nilai maksimum}) \times 100$

3.8.2. Analisa Verifikatif

3.8.2.1. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2013:160) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sampel Kolmogorov Smirnov*, yaitu dengan ketentuan sebagai berikut :

- ✓ Nilai signifikan $> 0,05$, maka data memiliki distribusi normal
- ✓ Nilai signifikan $< 0,05$, maka data tidak memiliki distribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2013:105) uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Efek dari uji multikolinearitas adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi variabel dependen. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* mengukur variabilitas dari variabel independen yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi, Karena $VIF = \frac{1}{Tolerance}$. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi (variance) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika variance nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Raharjo, 2015)

3.8.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya interval atau rasio (WAHANA KOMPUTER, 2014:142).

Rumus regresi linier berganda seperti berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_nX_n + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- X = Variabel independen
- a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)
- b = Koefisiensi regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3.8.2.3. Analisis Korelasi

Korelasi adalah salah satu analisis yang dipakai untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif (Arifin, 2017:153). Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji korelasi Pearson (*product moment Pearson*) untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dengan data interval atau rasio. Adapun rumus dari korelasi Pearson ini sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - (\sum_{i=1}^n x_i)(\sum_{i=1}^n y_i)}{\sqrt{\left[n \sum_{i=1}^n x_i^2 - (\sum_{i=1}^n x_i)^2 \right] \left[n \sum_{i=1}^n y_i^2 - (\sum_{i=1}^n y_i)^2 \right]}}$$

Keterangan :

- r = koefisien korelasi Pearson
- $\sum xy$ = jumlah nilai xy
- $\sum x$ = jumlah nilai x
- $\sum y$ = jumlah nilai y
- n = besar sampel

Ukuran yang dipakai untuk mengathauai kuat atau tidaknya hubungan antara variable independen (X) dan variable dependen (Y) yang disebut koefisein korelasi (r), nilai dari koefisien korelasi (r) paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \leq 1$), artinya jika :

- $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)
- $r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negative (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negative)
- $r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan sama sekali

Tabel 3.6
Interpretasi Koefisien Korelasi nilai r

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|---------------------------|-------------------------|
| 0.80 - 1.000 | Sangat kuat |
| 0.60 - 0.799 | Kuat |
| 0.40 - 0.599 | Cukup kuat |
| 0.20 - 0.399 | Rendah |
| 0.00 - 0.199 | Sangat rendah |

Sumber : Riduwan, (2013:81)

3.8.2.4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar nilai dari variabel independen dan variabel dependen. Koefisien determinasi ini merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi (r). Adapun rumus koefisien determinasi seperti berikut :

$$\text{Koefisien determinasi} = (r^2) \times 100\%$$

3.8.3. Pengujian Hipotesis

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menetapkan dasar dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat. Pernyataan hipotesis terdiri dari hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) mengantung pernyataan “sama dengan”, “tidak ada pengaruh”, atau “tidak ada perbedaan” diantara kedua variabel, atau hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) menyatakan “ada pengaruh” atau “ada perbedaan” di antara dua variabel, atau hipotesis menyatakan ada hubungan diantara variabel satu dengan variabel lain (Arifin, 2017:18)

3.8.3.1. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) menunjukkan apakah variabel independen/bebas mempunyai pengaruh yang simultan/keseluruhan terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis secara simultan digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen/bebas yaitu informasi daya

tarik wisata kuliner dan promosi media social/*social media marketing* terhadap variabel dependen/terikat yaitu keputusan pembelian. Dasar pengambilan keputusan dengan menghitung F hitung dengan F tabel seperti berikut :

- ✓ Apabila $\text{sig} < 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- ✓ Apabila $\text{sig} > 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.8.3.2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen/bebas secara individual dalam menerangkan variabel dependen/terikat secara parsial (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini, pengujian digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen/bebas yaitu informasi daya tarik wisata kuliner dan promosi media social/*social media marketing* terhadap variabel dependen/terikat yaitu keputusan pembelian secara terpisah. Dasar pengambilan keputusan, yaitu:

- ✓ Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat
- ✓ Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat